

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. KESIMPULAN**

Penelitian yang dilakukan ini ingin melihat pengaruh intensitas menonton konten *Tiktok* terhadap tingkat kreativitas penggunanya dengan memperoleh 100 responden yang diambil dari delapan universitas yang ada di Yogyakarta berdasarkan pemeringkatan Kemenristekdikti. Penelitian ini diadakan pada periode November 2020 hingga Januari 2021. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui besarnya pengaruh yang diberikan oleh intensitas menonton konten *Tiktok* terhadap tingkat kreativitas penggunanya. Terdapat variabel moderasi dalam penelitian ini yang digunakan untuk melihat besaran dampak yang diberikan apakah memperkuat atau melemahkan pengaruh diantara intensitas menonton *Tiktok* terhadap tingkat kreativitas mahasiswa di Yogyakarta. Setelah melakukan pengolahan data dan mendapatkan hasil uji statistik dan analisis data, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Ketiga variabel (intensitas menonton *Tiktok*, kreativitas pada mahasiswa, dan frekuensi ajakan teman) dalam penelitian ini memiliki korelasi yang signifikan satu sama lain. Hal ini membuktikan hipotesis adanya pengaruh intensitas menonton konten dengan tingkat kreativitas mahasiswa di Yogyakarta.

2. Meningkatnya intensitas berpengaruh pada peningkatan kreativitas anak muda di Yogyakarta, dengan kata lain semakin tinggi intensitas dalam menonton konten, maka semakin tinggi juga tingkat kreativitas mahasiswa pengguna *Tiktok* di Yogyakarta.
3. Tidak adanya perubahan koefisien korelasi dan tidak signifikkannya korelasi parsial menunjukan bahwa tidak adanya pengaruh frekuensi ajakan teman bermain *Tiktok* terhadap hubungan antara intensitas menonton konten dengan tingkat kreativitas mahasiswa di Yogyakarta.
4. Tidak signifikkannya variabel *moderating* memunculkan interpretasi bahwa adanya kemungkinan model hubungan variabel frekuensi ajakan bermain *Tiktok* (variabel moderasi) menjadi sebuah variabel independen. Interpretasi tersebut membentuk adanya model pengaruh langsung dari kedua variabel terhadap variabel kreativitas.
5. Frekuensi ajakan teman ketika menjadi variabel independen, memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap tingkat kreativitas dibandingkan intensitas menonton.

## B. SARAN

Selama pelaksanaan riset ini, peneliti menyadari bahwa terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian, seperti penentuan dampak yang diberikan, sedikitnya jumlah responden, dan juga wilayah penelitian yang dilakukan. Oleh sebab itu, peneliti memberikan beberapa saran agar dapat dikembangkan dalam penelitian selanjutnya:

### 1. Akademis

Penelitian selanjutnya yang membahas mengenai topik serupa dapat dikembangkan lebih lagi dalam pemilihan wilayah jangkauan riset yang lebih luas, dan juga menggunakan objek berbeda. Selain itu juga saran peneliti untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang membahas topik serupa dapat mengembangkan penelitian dengan menggunakan metode penelitian kualitatif sebagai tingkat lanjut dalam memahami pengaruh yang diberikan saat mengkonsumsi media sosial khususnya *Tiktok* dan diharapkan agar menghasilkan *insight-insight* menarik dari penelitian tersebut.

Penggunaan teori dalam melakukan analisis juga diharapkan mampu lebih beragam sebagai acuan dasar untuk menganalisa dampak dari penggunaan media. Peneliti mengakui bahwa terdapat kelemahan pada teori yang digunakan yaitu Teori Kultivasi belum mampu untuk mengupas secara keseluruhan. Objek teori Kultivasi masih sangat lekat dengan media konvensional televisi. Perlu dilakukan pengembangan baru serta literasi

lebih luas mengenai teori yang membahas efek media khususnya media sosial.

## 2. Praktis

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan dari pengguna-pengguna aplikasi *Tiktok* yang ada untuk mampu mengembangkan tujuan penggunaan aplikasi tersebut. Adanya pengaruh yang diberikan dalam penggunaan aplikasi tersebut dapat dimanfaatkan untuk pengembangan dalam bidang industri. Pemanfaatan aplikasi *Tiktok* tidak hanya untuk aktualisasi diri saja, namun sudah dapat menjadi sarana pemasaran, dan juga sebagai peningkatan dalam ranah industri kreatif. Semakin bertambahnya pengguna dari tahun ke tahun menjadikan aplikasi *Tiktok* menjadi salah satu peluang bisnis dalam proses pemasaran yang ada.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiyanta, S. (2019). *Administrative law and governance*. Hukum dan studi penelitian empiris: Penggunaan metode survey sebagai instrumen penelitian hukum empiris, 2(4) 697-709. Diakses dari <https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/alj/article/download/6604/3474>
- Ahmad, A. (2012). *Jurnal Dakwah Tabligh*. Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi: akar revolusi dan berbagai standarnya, 13(1) 137-149. Diakses dari <https://media.neliti.com/media/publications/77415-ID-perkembangan-teknologi-komunikasi-dan-in.pdf>
- Aji, W. N. (2018). *Aplikasi Tiktok sebagai media pembelajaran bahasa dan sastra Indonesia*. Diakses dari <https://proceeding.unikal.ac.id/index.php/pibsi40/article/download/114/80>
- Aksa, Y. A. D. (2018). *Makna*. Media konvensional & sosialisasi pemerintah desa, 3 (2) 1-16. Diakses dari <http://jurnal.unismabekasi.ac.id/index.php/makna/article/view/1523/1317>
- Arikunto, S. (1998). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktek*. Jakarta, Indonesia: PT Rineka Cipta.
- Aumcore. (2020). *How brands can start leveraging Tiktok before it's too late*. Diakses dari <https://www.aumcore.com/>
- Bagus, P. (2018). *Pengaruh Tiktok terhadap kreativitas remaja Surabaya*. Surabaya, Indonesia: Pustakawan Stikosa AWS. Diakses dari <https://eprints.stikosa-aws.ac.id/37/>
- Bohang, F. K. (2018). *Tiktok punya 10 juta pengguna aktif di Indonesia*. Kompas. Diakses dari <https://tekno.kompas.com/read/2018/07/05/09531027/tiktok-punya-10-juta-pengguna-aktif-di-indonesia>
- Burhan, F. A. (2020). *Punya 625 juta pengguna aktif, Tiktok bisa lebih besar dari Instagram*. Katadata. Diakses dari <https://katadata.co.id/berita/2020/01/21/punya-625-juta-pengguna-aktif-Tiktok-bisa-lebih-besar-dari-instagram>
- Cahya, I. (2020). *5 Sosial media terpopuler di dunia anda pakai yang mana?*. Diakses dari <https://www.merdeka.com/teknologi/5-media-sosial-terpopuler-di-dunia-anda-pakai-yang-mana.html?page=6>
- Cahyono, A. S. (2016). *Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial di masyarakat Indonesia*. Diakses dari <https://www.jurnal-unita.org/index.php/publiciana/article/viewFile/79/73>
- Dahono, Y. (2021). *Data: ini media sosial paling populer di Indonesia 2020-2021*. Diakses dari <https://www.beritasatu.com/digital/733355/data-ini-media-sosial-paling-populer-di-indonesia-20202021>
- Faizah, A. (2021). *Speaker: Maximize Tiktok advertising (Power Point)*. Webinar Magnus Digital. Diakses dari <https://www.Tiktok.com/business/en/blog/subcultures-are-the-new-demographics>

- Fatmawati, J. (2018). *Telaah kreativitas*. Diakses dari [https://www.researchgate.net/publication/328217424\\_TELAAH\\_KREATIVITAS](https://www.researchgate.net/publication/328217424_TELAAH_KREATIVITAS)
- Febriani, G. A. (2019). Riset: hangout bareng teman 2x seminggu baik untuk kesehatan mental. Diakses dari <https://wolipop.detik.com/health-and-diet/d-4587756/riset-hangout-bareng-teman-2-kali-seminggu-baik-untuk-kesehatan-mental>
- Frisnawari, A. (2012). *Empathy*. Hubungan antara intensitas reality show dengan kecenderungan perilaku prososial pada remaja, 1(1) 47-57. Diakses dari <http://www.academia.edu/download/43315661/1412-3933-1-SM.pdf>
- Gerungan, W. A. (2004). *Psikologi sosial*. Bandung, Indonesia: PT Refika Aditama.
- Griffin, E. A. (2004). *A first look at communication theory*. New York, US: McGraw Hill.
- Hardiyanto, S. (2018). *Predikat Jogja sebagai kota pendidikan dipertaruhkan*. JawaPos. Diakses dari <https://www.jawapos.com/jpg-today/09/03/2018/predikat-jogja-sebagai-kota-pendidikan-dipertaruhkan/>
- Harliansyah, F. (2017). *Libria*. Plagiarism dalam karya atau publikasi ilmiah dan langkah strategis pencegahannya, 9(1) 103-114. Diakses dari <http://repository.uin-malang.ac.id/2080/1/2080-1.pdf>
- Harususilo, Y. E. (2019). *9 kampus terbaik di kota pelajar, mana pilihanmu?*. Diakses dari <https://edukasi.kompas.com/read/2019/08/19/08153331/9-kampus-terbaik-2019-di-kota-pelajar-mana-pilihanmu?page=all>
- Haryanto, A. T. (2018). *130 juta orang Indonesia tercatat aktif di medsos*. Detikinet. Diakses dari <https://inet.detik.com/cyberlife/d-3912429/130-juta-orang-indonesia-tercatat-aktif-di-medsos>
- Haryono, F. E. (2018). *Pengaruh internet dan media sosial terhadap pola perilaku komunikasi di masyarakat*. Diakses dari [https://www.researchgate.net/publication/335527747\\_PENGARUH\\_INTERNET\\_DAN\\_MEDIA\\_SOSIAL\\_TERHADAP\\_POLA\\_PERILAKU\\_KOMUNIKASI\\_DI\\_MASYARAKAT](https://www.researchgate.net/publication/335527747_PENGARUH_INTERNET_DAN_MEDIA_SOSIAL_TERHADAP_POLA_PERILAKU_KOMUNIKASI_DI_MASYARAKAT)
- Imarketology. (2020). *Apa hal yang memicu audiens menyebarkan konten di media sosial*. Diakses dari <https://marketingcraft.getcraft.com/id-articles/apa-hal-yang-memicu-audiens-menyebarkan-konten-di-media-sosial>
- Jonata, W. (2020). *Kenapa pengguna aplikasi Tiktok berjibun di Indonesia? Bos Tiktok angkat bicara*. Tribunnews. Diakses dari <https://www.tribunnews.com/techno/2020/02/28/kenapa-pengguna-aplikasi-Tiktok-berjibun-di-indonesia-bos-Tiktok-angkat-bicara>
- Juditha, C. (2011). *Jurnal Penelitian IPTEK-KOM*. Hubungan penggunaan situs jejaring sosial facebook terhadap perilaku remaja di Kota Makassar, 13 (1) 1-23. Diakses dari [https://www.academia.edu/6381401/Jurnal\\_Penelitian\\_IPTEK\\_KOM\\_HUBUNGAN\\_PENGUNAAN\\_SITUS\\_JEJARING\\_SOSIAL\\_FACEBOOK\\_TERHADAP\\_PERILAKU\\_REMAJA\\_DI\\_KOTA\\_MAKASSA](https://www.academia.edu/6381401/Jurnal_Penelitian_IPTEK_KOM_HUBUNGAN_PENGUNAAN_SITUS_JEJARING_SOSIAL_FACEBOOK_TERHADAP_PERILAKU_REMAJA_DI_KOTA_MAKASSA)

## R THE RELATIONSHIP BETWEEN THE USE OF FACEBOOK AND TEENEGERS BEHAVIOR IN MAKASSAR

- Kemendikbud. (2020). *Hati-hati dampak negatif media sosial*. Diakses dari <http://ditsmp.kemdikbud.go.id/hati-hati-dampak-negatif-media-sosial/>
- Krisnawati, E. (2016). *Jurnal Ilmiah Komunikasi*. Perilaku konsumsi media oleh kalangan remaja dalam pencarian informasi, 5(1) 44-69. Diakses melalui <http://journal.wima.ac.id/index.php/KOMUNIKATIF/article/view/923/896>
- Kurniawan, A. (2020). *6 Manfaat media sosial untuk bisnis, bantu kembangkan usaha anda*. Diakses dari <https://www.merdeka.com/jabar/6-manfaat-media-sosial-untuk-bisnis-bantu-kembangkan-usaha-anda-kln.html?page=2>
- Layzuardy, K. (2018). *Ini 6 kelebihan Tiktok dibandingkan aplikasi video sharing lainnya*. Nextren.grid. Diakses dari <https://nextren.grid.id/read/011268871/ini-6-kelebihan-Tiktok-dibandingkan-aplikasi-video-sharing-lainnya?page=all>
- Liana, L. (2009). *Jurnal teknologi informasi Dinamik*. Penggunaan MRA dengan SPSS untuk menguji pengaruh variabel moderating tahap hubungan antara variabel independen dan dependen, 14(2) 90-97. Diakses dari <https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/fti1/article/view/95>
- Marlianto, F. Ramadhani, D. Permana, R. (2015). *Jurnal pendidikan informatika dan sains*. Pengaruh media sosial terhadap kreativitas dan kepribadian mahasiswa pendidikan TIK IKIP PGRI Pontianak, 5 (2) 212-226. Diakses dari <https://journal.ikipgriptk.ac.id/index.php/saintek/article/view/346>
- Mulyadi, M. (2011). *Jurnal studi komunikasi dan media*. Penelitian kuantitatif dan kualitatif serta pemikiran dasar menggabungkannya, 15(1) 127-138. Diakses dari <https://media.neliti.com/media/publications/134513-ID-penelitian-kuantitatif-dan-kualitatif-se.pdf>
- Nasrullah, R. (2018). *Jurnal Sosioteknologi*. Riset khalayak digital: perspektif khalayak media dan realitas virtual di media sosial, 17(2) 271-282. Diakses dari <https://media.neliti.com/media/publications/261112-none-87405614.pdf>
- Persada, G. (2019). *Industri kreatif Jogja dinilai kemepora sangat menonjol*. Diakses dari <https://www.suaramerdeka.com/news/baca/199405/industri-kreatif-jogja-dinilai-kemenpora-sangat-menonjol>
- Priyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif*. Surabaya, Indonesia: Zifatama Publishing.
- Putri, S. M. Febrianto, W. Susanto, Y. (2020). *Jurnal Diction*. Urgensi Yogyakarta menjadi kota ramah HAM sebagai upaya perlindungan bagi mahasiswa Papua di Yogyakarta, 3(1) 331-343. Diakses dari [https://www.researchgate.net/publication/339168444\\_Urgensi\\_Yogyakarta\\_Menjadi\\_Kota\\_Ramah\\_HAM\\_sebagai\\_Upaya\\_Perlindungan bagi\\_Mahasiswa\\_Papua\\_di\\_Yogyakarta](https://www.researchgate.net/publication/339168444_Urgensi_Yogyakarta_Menjadi_Kota_Ramah_HAM_sebagai_Upaya_Perlindungan bagi_Mahasiswa_Papua_di_Yogyakarta)

- Putro, F. H. A. (2017). *Transformasi*. Perilaku penggunaan media sosial dan identitas diri (studi deskriptif kualitatif tentang perilaku penggunaan media sosial dan identitas diri di kalangan mahasiswa s1 jurusan komunikasi Universitas Slamet Riyadi Surakarta, 2(1) 76-167. Diakses dari <http://ejurnal.unisri.ac.id/index.php/Transformasi/article/viewFile/1805/1606>
- Quiper, C. (2021). *Jurusan Ilmu Komunikasi*. Diakses dari <https://campus.quipper.com/majors/id-ilmu-komunikasi>
- Rahmawati, A.Y. (2019). *Pengaruh intensitas menggunakan aplikasi Tiktok, terhadap perilaku narsisme remaja muslim komunitas muser Jogja squad*. Yogyakarta, Indonesia: UIN. Diakses dari [http://digilib.uin-suka.ac.id/35207/1/15210074\\_BAB%20I\\_BAB\\_TERAKHIR\\_DAFTAR\\_PUSTAKA.pdf](http://digilib.uin-suka.ac.id/35207/1/15210074_BAB%20I_BAB_TERAKHIR_DAFTAR_PUSTAKA.pdf)
- Respati, W. (2014). *Humaniora*. Transformasi media massa menuju era masyarakat informasi di Indonesia, 5 (1) 39-51. Diakses dari <https://media.neliti.com/media/publications/167082-ID-transformasi-media-massa-menuju-era-masy.pdf>
- Sari, S. M. (2006). *Jurnal Desain Interior*. Pengaruh teknologi komunikasi informasi pada implementasi konsep geo office, 4 (1) 25-30. Diakses dari <https://media.neliti.com/media/publications/217900-pengaruh-teknologi-komunikasi-informasi.pdf>
- Sari, Y. K. P. (2018). *Perkembangan teknologi informasi “tradisi media lisan, cetak, era first age media, second age media, era digital*. Diakses dari <https://binus.ac.id/malang/2018/07/perkembangan-teknologi-informasi-tradisi-media-lisan-cetak-era-first-age-media-second-age-media-era-digital/>
- Sasongko, Y. A. T. (2019). *Video pendek jadi lebih menarik dengan fitur Tiktok ini*. Detikinet. Diakses dari <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4788614/video-pendek-jadi-lebih-menarik-dengan-fitur-Tiktok-ini>
- Setiadi, A. (2016). *Jurnal Humaniora dan Sosial*. Pemanfaatan media sosial untuk efektivitas komunikasi, 16 (2) 1-7. Diakses dari <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala/article/view/1283/1055>
- Situmorang, J. R. (2012). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Pemanfaatan internet sebagai new media dalam bidang politik, bisnis, pendidikan dan sosial budaya, 8 (1) 73-87. Diakses dari <https://media.neliti.com/media/publications/73847-ID-pemanfaatan-internet-sebagai-new-media-d.pdf>
- Sucahya, M. (2013). *Jurnal Komunikasi*. Teknologi komunikasi dan media, 2 (1) 6-21. Diakses dari <https://ejournal.lppmunsera.org/index.php/LONTAR/article/download/274/324>
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung, Indonesia: Alfabeta.
- Supardi. (1993). *Unisia*. Populasi dan sampel penelitian, 1 (17) 100-108. Diakses dari <http://journal.uui.ac.id/Unisia/article/download/5325/4958>



- Susanto, Astrid. S. (1997). *Pengantar sosiologi dan perubahan sosial*. Bandung, Indonesia: Binacipta.
- Tarigan, S. W. (2018). *Perbedaan komunikasi interpersonal ditinjau dari intensitas penggunaan media sosial instagram pada remaja di Universitas Medan Area*. Skripsi. Medan, Indonesia. Diakses dari <http://repository.uma.ac.id/bitstream/123456789/9752/1/Shela%20Wahyuni%20Tarigan%20-%20Fulltext.pdf>
- Taufik, M. (2019). *Memahami makna siswa, murid, pelajar, dan mahasiswa*. Itjen Kemendikbud. Diakses dari <https://itjen.kemdikbud.go.id/public/post/detail/memahami-makna-siswa-murid-pelajar-dan-mahasiswa>
- Tendrita, M. Mahanal, S. Zubaidah, S. (2016). *Proceeding Biology Education Conference*. Pemberdayaan keterampilan berpikir kreatif melalui model remap think pair share, 13(1) 285-291. Diakses dari [https://www.researchgate.net/publication/322316965\\_Pemberdayaan\\_Keterampilan\\_Berpikir\\_Kreatif\\_melalui\\_Model\\_Remap\\_Think\\_Pair\\_Share](https://www.researchgate.net/publication/322316965_Pemberdayaan_Keterampilan_Berpikir_Kreatif_melalui_Model_Remap_Think_Pair_Share)
- Tiktok. (2020). *Tiktok commissioned study among 810 Tiktok users in Indonesia*. Diakses dari <https://www.Tiktok.com/business/id/blog/subcultures-are-the-new-demographics>
- Timotius. (2020). *Ketahuiilah manfaat aplikasi Tiktok untuk 3 hal ini*. Toffeedev.com. Diakses dari <https://toffeedev.com/tiga-manfaat-aplikasi-Tiktok/>
- Umar Husein. 2004. *Metode penelitian untuk skripsi dan tesis bisnis*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Vardiansyah, D. (2018). *Komunikasi*. Kultivasi media dan peran orang tua: Aktualisasi teori kultivasi dan teori peran dalam situasi kekinian, 1 (15) 64-79. Diakses dari <https://www.esaunggul.ac.id/wp-content/uploads/2019/03/8.-Kultivasi-Media-Dan-Peran-Orangtua-Aktualisasi-Teori-Kultivasi-Dan-Teori-Peran-Dalam-Situasi-Kekinian.pdf>
- Watie, E. D. S. (2011). *The Messenger*. Komunikasi dan media sosial (communications and social media), 3 (1) 69-75. Diakses dari <http://journals.usm.ac.id/index.php/the-messenger/article/view/270>
- We are social. (2020). *Ada 175,2 juta pengguna internet di Indonesia*. Detikinet. Diakses dari <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4907674/riset-ada-1752-juta-pengguna-internet-di-indonesia>
- West, R. Turner, L. H. (2014). *Pengantar teori komunikasi analisis dan aplikasi*. Jakarta, Indonesia: Salemba Humanika.
- Yuliati, N. (2005). *Mediator*. Televisi dan fenomena kekerasan perspektif teori kultivasi, 6(1) 159-165. Diakses dari <https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/mediator/article/download/1185/738>

## **LAMPIRAN**

**Rancangan Angket Penelitian**  
**Pengaruh Intensitas Menonton Konten *Tiktok* terhadap**  
**Tingkat Kreativitas Mahasiswa Perguruan Tinggi di Kota**  
**Yogyakarta**

Perkenalkan saya Imanen Yehu Tandi Pratama mahasiswa FISIP Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Saat ini saya sedang menempuh tugas akhir/ skripsi dengan judul “Pengaruh Intensitas Menggunakan *Tiktok* terhadap Tingkat Kreativitas Mahasiswa Perguruan Tinggi di Kota Yogyakarta”. Oleh karena itu saya mohon kesediaan waktu anda untuk menjawab beberapa pertanyaan yang ada di kuisioner ini. Terima kasih atas kesediaan anda.

**A. Identitas Responden**

1. Nama :
2. Nomor HP :
3. Jenis kelamin  
Laki-laki (      )  
Perempuan (      )
4. Usia  
18-20 (      )  
21-22 (      )  
>23 (      )

**B. Intensitas Penggunaan Aplikasi *Tiktok***

(Tahap pertama ini berisikan beberapa pertanyaan untuk mengukur tentang intensitas menggunakan aplikasi *Tiktok* yang anda lakukan).

1. Pernahkah anda mendengar aplikasi bernama *Tiktok*?  
Pernah (      )  
Tidak (      ) → Tidak dapat melanjutkan pertanyaan
2. Adakah aplikasi *Tiktok* di gadget anda?

Ya ( )

Tidak ( ) → Tidak dapat melanjutkan pertanyaan

3. Pernahkah anda melihat tayangan konten *Tiktok*?

Pernah ( )

Tidak ( ) → Tidak dapat melanjutkan pertanyaan

4. Terdapat fitur voice changer pada *Tiktok* yang memiliki fungsi untuk memberi efek suara seperti suara pria, vibra, elektronik, dan sebagainya.

Benar ( )

Salah ( )

5. Fitur beauty face memiliki fungsi untuk memberikan tambah sticker pada wajah.

Benar ( )

Salah ( )

6. Fitur backsound memiliki fungsi untuk memberikan tambahan latar musik pada produksi konten *Tiktok*.

Benar ( )

Salah ( )

7. Fitur timer memiliki fungsi untuk menjadi asisten membidik objek video (memberi waktu tambahan dalam hitungan mundur).

Benar ( )

Salah ( )

8. Berapa lama waktu yang anda butuhkan saat menggunakan aplikasi *Tiktok* dalam sehari? (pertanyaan terbuka, satuan waktu dalam jam)  
..... jam
9. Berapa kali anda menggunakan aplikasi *Tiktok* dalam sehari?  
.....x dalam sehari

### C. Tingkat Kreativitas

(Tahap kedua ini berisikan beberapa pertanyaan untuk mengukur tentang tingkat kreativitas anda dalam menggunakan *Tiktok* terutama untuk memproduksi konten pribadi)

1. Apakah anda pernah mengikuti *challenge* di *Tiktok*?  
Ya ( )  
Tidak ( ) → Lanjut pertanyaan nomor 3
2. Berapa kali anda mengikuti *challenge* di *Tiktok*?  
.... X
3. Apakah anda pernah mengunggah konten kolaborasi bersama pengguna *Tiktok* lain?  
Pernah ( )  
Tidak pernah ( )
4. Berapa kali anda mengunggah konten kolaborasi tersebut?  
.... x
5. Pernahkah anda mengunggah konten hasil karya sendiri?  
Pernah ( )  
Tidak pernah ( )
6. Berapa kali anda mengunggah konten hasil karya sendiri tersebut?

.... x

7. Berdasarkan postingan konten tersebut, berapa presentase keaslian karya anda sendiri yang tidak mengikuti *template* yang telah disediakan
- |        |          |        |          |
|--------|----------|--------|----------|
| >25%   | (      ) | 50-75% | (      ) |
| 25-49% | (      ) | >75%   | (      ) |
8. Saya mampu membuat inovasi konten *Tiktok* yang dipakai oleh banyak orang.
- Tidak      (      )
- Ya      (      )

#### **D. Frekuensi Ajakan Teman**

(Tahap ketiga ini berisikan beberapa pertanyaan untuk mengukur tentang frekuensi ajakan teman anda untuk menggunakan aplikasi *Tiktok* bersama).

1. Apakah anda memiliki teman yang menggunakan *Tiktok*?
- Ya      (      )
- Tidak      (      )
2. Apakah anda pernah diajak bermain *Tiktok* bersama teman anda?
- Ya      (      )
- Tidak      (      )
3. Berapa kali anda diajak bermain *Tiktok* oleh teman anda dalam sehari?
- ..... x dalam sehari